

El azote de los vendedores de cualquier cosa o 'todoterreno'

J. A. MARTÍN — PEREDA

La lectura de los anuncios de cualquier diario, y si es el del domingo más aún, constituye una de las fuentes más seguras de información sobre el estado y la mentalidad de un país en un periodo determinado. Es evidente que los que puedan aparecer alrededor de ciertas fechas muy características, como las Navidades, o los consabidos días del padre o de la madre, o en semanas próximas a cualquier tipo de vacaciones o de puentes, no cuentan. En esas épocas la gente se vuelve un poco menos precavida que de ordinario y puede colar cualquier cosa. Pero fuera de esos momentos, la situación es muy distinta.

Llevo unas cuantas semanas mirando, con el fin a que aludía antes, las ofertas de trabajo que aparecen los domingos en las páginas color salmón de un diario de ámbito nacional. Recuerdo que hace unos años lo que más abundaba eran solicitudes de ingenieros de telecomunicación o equivalentes, mezclados con otras de informáticos o de ingenieros relacionados con determinadas industrias. La situación ahora es, como todo el mundo sabe de sobra, notoriamente distinta.

Los anuncios que aparecen desde hace algunos meses están casi todos ellos dominados por un mismo común denominador: "Se busca vendedor de...", o "Se precisa jefe de ventas en...", y así hasta la enésima variación.

En paralelo con los anteriores, y completando con ellos casi todas las páginas dedicadas al tema, aparecen otros que ofrecen cursos de cualquier tipo. Desde los celeberrimos *master* multiuso y en cualquier cosa hasta los que proclaman su habilidad para enseñar inglés en un mes y sin esfuerzo alguno.

Es como si el país se hubiera dividido en dos grandes grupos: los que venden y los que dan clase (que, en cierta for-

ma, también es una manera de vender). Y yo me pregunto, ¿qué hacen los que no llevan a cabo ni una cosa ni otra? Parece que sólo se pueden dedicar a comprar o a recibir clases. Otras opciones no parece que existan. Y yo me sigo preguntando, ¿qué cosas pueden comprar? y, más aún, ¿quién hace esas cosas que el resto de los mortales ha de adquirir? Porque, de lo que se desprende de los anuncios, no parece que se precise gente que sepa hacer cosas. Sólo que venda o que sepa inglés.

Tanto se nos ha hablado de la sociedad de servicios que, aparentemente, nadie tiene ya intención de hacer otra cosa. Nuestro avance en la historia ha sido tan rápido que hemos pasado de puntillas por la sociedad industrial y nos hemos situado en la que nos habían dicho era la del futuro en un abrir y cerrar de ojos. Todo han sido en estos últimos años programas *master in business administration* (MBA) para los iniciados en el rito y, además, dicho en inglés, *EmBiEi*, porque si no, no vale) y cultura del *pelotazo*.

Lo que me resulta más curioso de todo es que nunca hemos sido un pueblo muy dado a vender ni a comprar. Salvo algunas regiones de nuestro país con una mayor tradición en estos temas, el resto han sido más de mirar al cielo y esperar a que llueva. A un cielo que, dependiendo de las ocasiones, era más o menos terrenal, y a una lluvia que podía ser o no de agua. Pero vender, si se vendía, se solía hacer no demasiado bien.

Ahora, en cambio, todo parece que es comprar y vender.

Mas los antiguos hábitos son difíciles de evitar. Pasado un tiempo, siempre salen a la luz los viejos demonios enerrados en el arcón.

Dada la situación actual, lo que vendemos es lo que hacen otros. Son productos que nos traen las multinacionales, y,

lógicamente, éstas prefieren alguien que *lie al personal* con acento de la Meseta a que lo intente hacer otro con acento de Arkansas. Los resultados no serían normalmente los mismos si lo hiciera este último. Pero, como es natural, hay que comunicarse con el de Arkansas, y, para mayor comodidad de éste, es mejor que el de la Meseta lo haga en inglés.

Es cierto que en otras ocasiones no hace falta el inglés para comunicarse con el fabricante de los productos que se van a comercializar. Con el castellano es suficiente, por ejemplo, para los clásicos garbanzos de nuestro cocidito madrileño de la madre y de la hermana, porque la mayor parte de los que vemos en los supermercados son de México.

Se me podrá decir que también hay productos españoles que vender. Evidentemente. Pero aquí vuelve a salir la componente de vendedores no afortunados que hemos sido en el pasado. Vendemos, por ejemplo, aceite de oliva. Pero, ¿cómo se vende? Pues como resulta más cómodo: a granel. Así permitimos a otros países que lo refinan, que lo embotellan y que luego puedan ellos venderlo con su denominación de origen. O la uva, que luego, convenientemente trabajada y hermanada con otras, veremos embotellada con etiqueta no española. Hasta incluso piedras sin trabajar que luego, talladas y pulimentadas, serán vendidas como provenientes de canteras con solera más ancestrales que las nuestras.

Si, vendemos muchos. El problema será cuando ya no quede nada que vender o no tengamos con qué comprar.

Catedrático de Tecnología Fotónica de la Universidad Politécnica de Madrid (UPM).